



## RANKING FIRM SZKOLENIOWYCH

	Nazwa spółki	Osoba zarządzająca	Liczba trenerów – pkt	Liczba klientów instytucjonalnych – pkt	Przychody ogółem – pkt	Przychody ze szkoleń – pkt	Ogółem
1	MDDP Sp.z o.o. Akademia Biznesu MDDP Sp.k.	Adam Niedziółka	18,2	15	9	10,5	52,7
2	Konsorcjum Doradczco-Szkoleniowe	Aleksander Drzewiecki	15,5	10,24	10	12	47,74
3	Progress Project Sp. z o.o.	Jacek Borsukiewicz, Mirosław Mordak	17,3	13,64	7,5	7,5	45,94
4	Nowe Motywacje Sp. z o.o.	Grzegorz Jachna	13,7	9,56	9,5	11,5	44,26
5	Synteza	Piotr Falek	20	11,6	0	11	42,6
6	PROFES	Mariusz Bryke, Artur Olszewski, Ewa Karpińska-Bryke	10,1	10,92	8,5	10	39,52
7	Business Center 1	Anna Kepka	16,4	12,96	3,5	5	37,86
8	EMPRIZ Group	Jacek Grabowski	12,8	12,28	2	2,5	29,58
9	BRITISH CENTRE B. Ziemięwicz M. Mikuś Spółka Jawna	Marian Mikuś, Bożena Ziemięwicz	14,6	5,48	4	5,5	29,58
10	Personel Profit Sp. z o.o.	Monika Goldzińska	11	0	8	9,5	28,5
11	Anvix Sp. z o.o.	Andrzej Jania	7,4	14,32	2,5	3,5	27,72
12	FPL Sp. z o. o.	Jolanta Krokowska	10,1	8,88	0	8	26,98
13	Stowarzyszenie Humaneo	Krzysztof Juryk	19,1	6,84	0	0	25,94
14	GB Resources Polska	Marta Deptuła	9,2	2,76	7	6,5	25,46
15	Integra Consulting	Marek Małkiewicz	8,3	0	6,5	7	21,8
16	Kontekst HR Polska sp. z o.o.	Jacek Smura	5,6	0	5,5	9	20,1
17	MPM Productivity Management Sp. z o.o.		2	10,24	3	4,5	19,74
18	PRAXIS s.c.	Dorota Bieniewicz-Krasek	2	7,52	4,5	4	18,02
19	Kontrakt-OSH J. Gut, W. Haman, R. Zych Sp.j.	Robert Zych, Wojciech Haman, Jerzy Gut	2,9	4,12	0	8,5	15,52
20	Schenk Institute Sp. z o.o.	Beata Kacprzyk	3,8	3,44	5	0	12,24
21	Training Partner Sp. z o.o.		0	0	6	6	12
22	IDES Consultants Polska Sp. z o. o.	Wirginia Gostomczyk-Urbańska	11,9	0	0	0	11,9
23	Suasor	Michał Karzel	6,5	1,4	1,5	2	11,4
24	Instytut Szkoleń MEGALIT	Marek Skąła	4,7	2,08	0	3	9,78
25	CoachWise	Paweł Sopkowski	6,5	0	0	0	6,5
26	The Protocol School of Poland	dr Irena Kamińska-Radomska	1,1	0,72	0	0	1,82



**Agnieszka Tobota**  
MDDP Akademia Biznesu

**Komunikacja z klientami Akademii Biznesu MDDP**

Nie wspominaj o tym, czego Ty chcesz, ale mów o tym czego chce twój klient – zasłyszane.

15 lat temu w sferze komunikacji na odległość istotne było to, gdzie znajduje się nasz rozmówca. W domu, w firmie, w budce telefonicznej. Byliśmy ograniczeni do miejsca, w którym znajduje się urządzenie umożliwiające taką komunikację.

7 lat temu mogliśmy komunikować się z osobą, która znajdowała się w dowolnym miejscu, pod warunkiem, że była w zasięgu sieci telefonii komórkowej – nawet w lesie czy nad jeziorem, oddaleni o setki kilometrów – nasz rozmówca potencjalnie mógł wysłuchać tego, co mamy mu do przekazania.

Obecnie komunikacja na odległość przekroczyła barierę związaną z przekazywaniem obrazu. Osoba, z którą się kontaktujemy, może nie zechcieć rozmawiać właśnie ze względu na możliwości techniczne, jakie daje współczesna telekomunikacja.

**W sprzedaży dochodzi do podobnego paradoksu.**

15 lat temu najważniejszy był produkt. To on decydował o zainteresowaniu potencjalnego klienta. Tłamszone przez dziesięciolecia potrzeby eksplodowały dzięki różnorodności i ilości możliwych rozwiązań, które niezależnie od rzeczywistej wartości stały się dostępne dla sprzedających.

7 lat temu na plan pierwszy wysunął się aspekt jakości. W ogromie możliwości dominować zaczęły argumenty wyróżniające ofertę ze względu na wyjątkowość wynikającą z użytych materiałów, trwałości, etc.

W tej chwili najbardziej promowanym argumentem sprzedażowym jest zarządzanie klientem. Produkt stał się potrzebą, którą należy poznać i dostosować do klienta. Paradoksalnie nawet mając najlepszy produkt nie możemy go oferować, bo jest on za drogi lub niepotrzebny...

W perspektywie ponad dwóch dekad obserwacji zachowań konsumentów, klientów, kontrahentów na rodzimym rynku, pomimo trendów i zmiennych strategii niezmienna pozostaje jedna wartość. Nie tylko w komunikacji i sprzedaży, ale w codziennym funkcjonowaniu...

Tą wartością jest BUDOWANIE RELACJI.

Główną strategią dla MDDP Akademii Biznesu jest właśnie ta wartość. Zapraszamy serdecznie do zapoznania się z ofertą szkoleniową na stronie internetowej: [www.akademiamddp.pl](http://www.akademiamddp.pl)

**Pracodawca może zapewnić pracownikowi rozwój na wiele sposobów. Na pewno jest to wartość, o której należy rozmawiać i starać się ją kontraktować indywidualnie.**